

# ESCUELA DE POSTGRADO NEUMANN

MAESTRÍA EN  
ADMINISTRACIÓN DE NEGOCIOS



**Propuesta de mejora para el área de servicio al cliente del  
Banco de la Nación, para el año 2021.**

**Informe de Investigación  
para optar el Grado a Nombre de la Nación de:**

Maestro en  
Administración de Negocios MBA

**Autores:**

Bach. Bernuy Falconi, Paola Natalia  
Bach. Dávila Herrera, Paola

**Docente Guía:**

Mg. Moscoso Zegarra, Giomar Walter

**TACNA – PERU**

**2021**

“El texto final, datos, expresiones, opiniones y apreciaciones contenidas en este trabajo son de exclusiva responsabilidad del (los) autor (es)”

## DEDICATORIAS

Quiero dedicar el presente trabajo de investigación a toda mi familia ya que es mi principal motor, guía e inspiración para superación personal, profesional y académicamente; ya que, sin su inconmensurable apoyo no habría podido alcanzar gran logro académico.

*Paola Natalia Bernuy Falconi.*

Deseo dedicar el presente trabajo de investigación a mi mayor motivación y razón por las que sigo adelante día con día, es mi principal fortaleza y razón de superación, dedico a ella este trabajo para que pueda tomar mis pasos como un ejemplo de superación, por todo lo antes expuesto, dedico el presente trabajo a mi hija Micaela.

*Paola Dávila Herrera.*

## AGRADECIMIENTOS

Queremos manifestar nuestros más sinceros agradecimientos a las todas las personas que tuvieron la gentileza de colaborar con el desarrollo del presente trabajo de investigación.

En el año del Bicentenario de la Independencia del Perú, presentamos este trabajo de investigación, que nos permite avizorar nuevos adelantos digitales en el Banco de la Nación.

Finalmente, Tenemos la certeza que las conclusiones obtenidas en la propuesta de mejora del área de servicio y atención al cliente del Banco de la Nación de la Agencia 1 Puno, se convierten en información relevante y fuente de consulta importante para las demás Bancos de iguales o similares características del mercado monetario, al igual que otras entidades financieras similares de la industria financiera, por lo tanto, la presente investigación intentará brindar ventajas competitivas y apoyar la toma de decisiones en el área de servicio y atención al cliente del Banco de la Nación de la Agencia 1 Puno.

*Paola Natalia Bernuy Falconi,*

*Paola Dávila Herrera.*

## ÍNDICE

### Índice de Contenidos

DEDICATORIAS.....	iii
AGRADECIMIENTOS .....	iv
ÍNDICE .....	v
Índice de Contenidos.....	v
Índice de Tablas .....	x
Índice de Ilustraciones.....	xi
Índice de Anexos .....	xii
RESUMEN.....	xiii
INTRODUCCIÓN.....	xiv
CAPÍTULO I ANTECEDENTES DEL ESTUDIO.....	1
1.1 Título del tema .....	1
1.2 Planteamiento del Problema:.....	1
1.3 Objetivos.....	3
4.1.1. Objetivo General .....	3
4.1.2. Objetivos Específicos.....	3
1.4 Justificación .....	3
1.4.1 Teórica.....	3
1.4.2 Metodológica.....	4
1.4.3 Práctica.....	4

1.5	Metodología .....	5
1.5.1	Características del diseño de investigación .....	5
1.5.2	Metodología de la investigación .....	5
1.6	Definiciones .....	6
1.6.1	Propuesta de mejora.....	6
1.6.2	Servicio al cliente .....	6
1.6.3	Mercadotecnia .....	7
1.6.4	Marketing Mix.....	8
1.6.5	Mercado .....	8
1.6.6	Estudio de mercado .....	8
1.7	Alcances y Limitaciones: .....	9
CAPÍTULO II MARCO TEÓRICO .....		11
2.1	Conceptualización .....	11
2.1.1	Sistema Financiero .....	11
2.1.1.1	Banco .....	11
2.1.1.2	Servicios .....	11
2.1.1.3	Servicios bancarios.....	12
2.1.1.4	Atención al cliente .....	13
2.1.1.4.1	Funciones .....	13
2.1.1.4.2	Importancia.....	13
2.1.1.5	Eficiencia en el servicio .....	14

2.1.1.6	Calidad del servicio.....	14
2.1.1.7	Diagnostico situacional.....	15
2.1.1.8	Marketing.....	16
2.1.1.9	Marketing de servicios.....	17
2.1.1.10	Marketing Mix.....	17
2.1.1.10.1	Componentes.....	18
2.1.1.11	Plan de mejorar continua.....	19
2.1.1.12	Ciclo PHVA.....	20
CAPITULO III MARCO REFERENCIAL.....		22
3.1	Reseña histórica.....	22
3.1.1	Razón Social.....	23
3.1.2	Objetivo de la empresa.....	23
3.2	Filosofía Organizacional.....	23
3.2.1	Política de la empresa.....	24
3.2.2	Misión.....	25
3.2.3	Visión.....	25
3.3	Diseño Organizacional.....	26
3.4	Productos y/o servicios.....	26
3.5	Diagnostico Organizacional.....	31
CAPITULO IV RESULTADOS.....		32
4.1	Diagnóstico.....	32

4.2	Diseño de la Mejora.....	33
4.2.1	Tamaño de la muestra.....	34
4.2.2	Encuestas.....	35
4.2.2.1.1	Resumen de los resultados de las encuestas.....	51
4.2.3	Entrevistas.....	53
4.2.3.1	Personas que colaboraron con las entrevistas.....	53
4.2.3.2	Preguntas de las entrevistas.....	53
4.2.3.3	Realización de las entrevistas.....	54
4.3	Análisis FODA.....	61
4.3.1	Matriz FODA.....	63
4.3.2	Matriz FODA Cruzado.....	64
4.3.2.1	Análisis de las estrategias a utilizarse.....	65
4.3.3	Índices.....	66
4.3.3.1	Análisis de los índices.....	67
4.3.4	Mecanismos de control para la propuesta de mejora.....	68
4.4	Matriz de Mecanismos de Control.....	70
CAPÍTULO V SUGERENCIAS.....		71
5.1	Conclusiones.....	71
5.2	Recomendaciones.....	72
5.3	Bibliografía.....	73
ANEXOS.....		77



Formato de la Encuesta .....	77
Formato de la Entrevista.....	80
Evidencias Fotográficas .....	81

## Índice de Tablas

Tabla1 Calidad servicio al cliente .....	35
Tabla2 Resolución de problemas .....	36
Tabla3 Satisfacción del servicio bancario.....	37
Tabla4 Atención del servicio al cliente.....	38
Tabla5 Llamadas de servicio al cliente.....	39
Tabla6 Información servicio al cliente.....	40
Tabla7 Cambio a otro banco .....	41
Tabla8 Recomendación a otras personas .....	42
Tabla9 Experiencia servicio al cliente.....	43
Tabla10 Tiempo de entrega del servicio.....	44
Tabla11 Profesionalismo .....	45
Tabla12 Número de visitas mes .....	46
Tabla13 Tiempo de visita .....	47
Tabla14 Conocimiento banca por internet.....	48
Tabla15 Sugerencia banca por internet.....	49
Tabla16 Capacitación banca por internet .....	50
Tabla 17 Matriz FODA.....	63
Tabla 18 Matriz FODA Cruzado .....	64
Tabla 19 Matriz de Mecanismos de Control .....	70

## Índice de Ilustraciones

Ilustración 1 Componentes del marketing mix .....	18
Ilustración 3: Estructura Organizacional .....	26
Ilustración 4: Tele giros .....	27
Ilustración 5: Préstamos .....	28
Ilustración 6: Transferencias.....	28
Ilustración 7: Créditos hipotecarios.....	29
Ilustración 8: Micro finanzas .....	30
Ilustración9 Calidad servicio al cliente .....	35
Ilustración10 Resolucion de problemas .....	36
Ilustración11 Satisfacción servicio bancario .....	37
Ilustración12 Atencion servicio al cliente .....	38
Ilustración13 Llamadas servicio al cliente.....	39
Ilustración14 Información servicio al cliente .....	40
Ilustración15 Cambio a otro banco .....	41
Ilustración16 Recomendación a otras personas.....	42
Ilustración17 Experiencia servicio al cliente .....	43
Ilustración18 Tiempo de entrega del servicio .....	44
Ilustración19 Profesionalismo.....	45
Ilustración20 Número de Visitas mes .....	46
Ilustración21 Tiempo de visita .....	47
Ilustración22 Conocimiento banca por internet.....	48
Ilustración23 Sugerencia banca por internet .....	49
Ilustración24 Capacitación banaca por internet.....	50

Ilustración 25 Indicadores de satisfacción del cliente ..... 67

**Índice de Anexos**

Anexo 1 Tele giros	81
Anexo 2 Prestamos	81
Anexo 3 Tranferencias	82
Anexo 4 Creditos Hipotecarios	82
Anexo 5 Micro finanzas	82

## RESUMEN

El presente trabajo de investigación titulado Propuesta de mejora para el área de servicio al cliente del Banco de la Nación, para el año 2021, que fue fundada el 09 de octubre de 1992 y que actualmente tiene su sede principal en la ciudad de Lima – Perú. LA entidad se encuentra identificada con el RUC 20100030595 y presenta sucursales en todas las ciudades del país y se dedica principalmente a la actividad económica de intercambio monetario.

El principal objetivo de la investigación es plantear una propuesta de mejora para el área de servicio al cliente del Banco de la Nación, para la ciudad de Puno que a su vez servirá como plan piloto y de cuyo resultado depende que posteriormente se pueda aplicar a las demás sucursales del Banco. Con este proyecto se pretende establecer una serie de actividades que permitan cumplir con las demandas de los clientes del Banco.

Para lograr establecer el plan de mejora continua es necesario conocer los retos que enfrentan actualmente las entidades bancarias, respecto principalmente a las demandas de sus clientes, así como analizar la situación en la que se encuentra el Banco y los objetivos que se desean cumplir en la entidad. De esta manera empleando una serie de metodologías propuestas por el marketing se podrá establecer las estrategias a implementar en el Banco para mejorar el uso y manejo de las plataformas digitales de sus clientes al momento de realizar sus diferentes actividades bancarias.

### **Palabras clave:**

Sistema Financiero - banco - servicios - atención al cliente - marketing - plan de mejora continua.

## INTRODUCCIÓN

El trabajo investigativo presentado se centra su estudio en el Banco de la Nación de Perú, con sede principal en Lima, y cuyo objetivo se orienta a establecer un Plan de Mejora a aplicarse en el área de servicio al cliente de la institución financiera de la sucursal de Puno, esto con la finalidad de promover estrategias que faciliten y permitan el uso de las plataformas virtuales que el Banco ofrece para realizar los diferentes trámites bancarios.

La entidad bancaria goza de gran reconocimiento en su país, sin embargo, no ha logrado que sus clientes se adapten al manejo de las herramientas tecnológicas para acceder a los servicios ofrecidos por el Banco, situación que repercute en las largas filas que los clientes hacen para poder realizar sus operaciones y transacciones, y que actualmente debido a la crisis sanitaria que atraviesa el mundo entero a causa del Covid-19 compromete aún más la seguridad y salud de las personas.

Es por ello que la investigación, mediante un estudio situacional y la utilización de los conocimientos de marketing pretende que el Banco puede diseñar e implementar una serie de estrategias que permitan difundir y mejorar el manejo de las plataformas tecnológicas por parte de sus clientes, para que de esta manera puedan acceder a los diferentes servicios bancarios, entre ellos al departamento de servicio al cliente y que por medio de este pueda solucionar cualquier inconveniente presentado con la institución bancaria, al igual que puedan realizar sus operaciones de forma más segura, confiable y eficaz.

Por lo tanto la propuesta del plan de mejora del Banco se desarrollará de la siguiente manera:

En el primer capítulo, se plantearán los aspectos concernientes a los antecedentes del estudio, la hipótesis, objetivos tanto general como específicos de la investigación, la metodología utilizada y los alcances y limitaciones del proyecto.

En el segundo capítulo, denominado Marco Teórico se establecerá el análisis de la investigación con su respectiva conceptualización, importancia y modelos de las variables relacionadas con el tema de investigación, de igual manera se realizará el análisis comparativo y crítico de las variables de estudio.

En el tercer capítulo, planteado como Marco Referencial se aborda los temas referentes a la reseña histórica, filosofía y diseño organizacional del tema de la presente investigación.

En el cuarto capítulo, llamado Resultados se plantea el diagnóstico situacional de la institución financiera, para diseñar el plan de mejora continua que se propone en el trabajo investigativo.

En el quinto capítulo, denominado Sugerencia se redactan las respectivas conclusiones y recomendaciones de la investigación, así como las referencias bibliográficas de los documentos que se emplearon en el estudio.

En el sexto y último capítulo se adjuntan los anexos que respaldan el trabajo de investigación.